



EROS NOW AIMS FOR RECORD SUBSCRIBERS

Eros Now is set to increase its subscribers by epic proportions to 50 million by March 2023. They have invested US\$ 1 billion in the last five years to build its content catalogue will continue its investment drive.

They added 6.9 million subscribers in the first six months of the fiscal and have a total number of paying subscribers to 36.2 million.

The new subscribers are coming from tier 3 and 4 cities in India and they have announced the addition of 46 new titles in eight languages for 2021. The 46 titles include 13 original series and 33 film premieres across the eight languages, Hussein said, adding no new capital infusion will be required to produce the new shows as the company is getting revenues from subscribers.

The company depends on subscriptions and in-content advertising for its revenue and the Average Revenue Per User (ARPU) stands at Rs 49 at present

DISNEY STREAMING SURPASSES NETFLIX

Disney has drawn almost 87 million subscribers to its app. Disney+ and other new streaming-video services are still resting the waters if their offerings are complete enough for Netflix subscribers to switch over. Star India will help Disney's skyrocketing projection of at least 300 million total streaming subscribers globally within three years.

Star was evidently the bandwagon on which Disney+ is planning its new ride and set to take on Netflix. Disney purchased Star from its \$85 billion acquisition of 21st Century Fox in 2019. Star is the fulcrum on which rests Disney's international streaming efforts outside the U.S

रिकॉर्ड सब्सक्राइबर का लक्ष्य बना रहा है इरोस

इरोस नाउ मार्च 2023 तक अपने ग्राहकों को भारी अनुपात से 50 मिलियन तक पहुंचाने की तैयारी कर रहा है। उन्होंने पिछले पांच वर्षों में 1 बिलियन अमेरिकी डॉलर का निवेश किया है और अपने कंटेंट कैटलॉग के निर्माण के लिए इस निवेश को जारी रखा जायेगा।

उन्होंने वित्त वर्ष के पहले छह महीने में 6.9 मिलियन सब्सक्राइबरो को शामिल किया है और अब उनके पास 36.2 मिलियन कुल भुगतान करने वाले ग्राहक हैं। इरोज नाउ के सीईओ अली हुसैन ने बताया कि 'नये ग्राहक भारत

के टियर 3 व टियर 4 शहरों से आ रहे हैं और उन्होंने 2021 के लिए 8 भाषाओं में 46 टाइटिल शामिल करने की घोषणा की है। 46 टाइटिल में आठ भाषाओं में 13 मूल श्रृंखलायें और 33 फिल्म प्रीमियर शामिल है। नये शो के निर्माण के लिए नये पूंजी निवेश की आवश्यकता नहीं होगी, क्योंकि कंपनी को सब्सक्राइबर से राजस्व प्राप्त हो रहा है।

कंपनी अपने राजस्व के लिए इन-कंटेंट विज्ञापन और सब्सक्रिप्शन पर निर्भर करता है और प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व (एआरपीयू) वर्तमान में 49 रुपये है।

नेटफ्लिक्स से आगे निकल गयी डिज्नी स्ट्रीमिंग

डिज्नी ने अपने ऐप में लगभग 87 मिलियन सब्सक्राइबरों को शामिल किया है। डिज्नी प्लस और अन्य नयी स्ट्रीमिंग वीडियो सेवा अभी यह सोच रही हैं कि क्या उनकी ऑफरिंग नेटफ्लिक्स के ग्राहकों के लिए स्विच ओवर करने के लिए पर्याप्त है। स्टार इंडिया तीन वर्ष के भीतर विश्वस्तर पर कम से कम 300 मिलियन कुल स्ट्रीमिंग सब्सक्राइबरों के डिज्नी के भारी भरकम आंकड़े तक पहुंचने में सहायक होगा।

जाहिर तौर पर स्टार बैंडवागन था जिस पर डिज्नी प्लस नयी सवारी की योजना बना रहा है और नेटफ्लिक्स से मुकाबले की तैयारी कर रहा है। डिज्नी ने अपने 85 बिलियन

डॉलर का अधिग्रहण करके 2019 में 21फर्स्ट सेंचुरी फॉक्स से स्टार खरीदा था। स्टार वह आधार है जिस पर अमेरिका से बाहर डिज्नी के अंतरराष्ट्रीय स्ट्रीमिंग प्रयासों को रखा गया है।





The content budget may touch between US\$14 billion to \$16 billion by fiscal 2024. Netflix is also investing in its service as well. Much also depends on how Disney's theme and cruise businesses will be able to bounce back

Disney reorganization of its company is intended to make it more adaptable and adjust where needed down the road.

Disney's books show \$90 billion including debt spent on the acquisitions of Marvel, Lucasfilm and 21st Century Fox

INDIA BIG ON NETFLIX RADAR

Netflix announced that India has the highest viewership of films globally on its platform and consumption of content in genres like kids, non-fiction and Korean dramas is also witnessing a strong growth.

"India has the highest viewing of films on Netflix globally and over the last year, 80 per cent of our members in India chose to watch a film every week," informed Netflix India Vice President (Content) Monika Shergill

The viewing for non-fiction series on Netflix in India grew more than 250 per cent in 2020 over 2019 and documentary viewing also grew more than 100 per cent in 2020 over 2019.

Shergill noted that the viewing of K-dramas (Korean dramas) on Netflix in India increased more than 370 per cent in 2020.

She added that viewing of kid's titles increased more than 100 per cent in India in 2020 over the preceding year.

SURGE IN SMARTPHONE VIDEO VIEWERSHIP

Boston Consulting Group (BCG), a global management consulting firm, and the Confederation of Indian Industry (CII) have unveiled a report, 'Lights, Camera, Action...and the Show Goes On', which seeks to

वित्त वर्ष 2024 तक कंटेंट बजट के 14 बिलियन अमेरिकी डॉलर से 16 बिलियन अमेरिकी डॉलर के बीच पहुंचने की संभावना है। नेटफ्लिक्स अपनी सेवा में भी निवेश कर रहा है। बहुत कुछ इस बात पर निर्भर करता है कि डिज्नी का थीम व क्रूज व्यवसाय कैसे वापस उछाल पायेगा।

अपनी कंपनी के डिज्नी पुनर्गठन का उद्देश्य इसे अधिक अनुकूलनीय बनाना और जहां भी जरूरत हो उसको देखना। डिज्नी का खाता मार्वल, लुकाफिल्म और 21फर्स्ट सेंचुरी फॉक्स के अधिग्रहण पर खर्च किये गये ऋण सहित 90 बिलियन डॉलर दिखा रहा है।

नेटफ्लिक्स के रडार पर भारत बड़ा

नेटफ्लिक्स ने घोषणा की है कि भारत में विश्वस्तर पर फिल्मों की सबसे अधिक दर्शकों की संख्या है और बच्चों, नॉन-फिक्शन और कोरियाई ड्रामा जैसी शैलियों में कार्यक्रम की खपत में भी मजबूत बढ़ोतरी देखी गयी है।

नेटफ्लिक्स इंडिया के उप-प्रधान (कंटेंट) मोनिका शेरगिल ने बताया, "भारत में वैश्विकस्तर पर नेटफ्लिक्स पर फिल्मों को देखने और पिछले साल में भारत में 80 प्रतिशत सदस्यों ने हर सप्ताह फिल्म देखने का फैसला किया है।"

भारत में नेटफ्लिक्स पर नॉन-फिक्शन सीरिज देखने के लिए क्षमता 2019 के मुकाबले 2020 में 250 प्रतिशत से अधिक हो गयी है और डॉक्यूमेंटरी देखने में भी 2019 के मुकाबले 2020 में 100 प्रतिशत से अधिक की उछाल आयी है।

शेरगिल ने कहा कि भारत में नेटफ्लिक्स पर के-ड्रामा (कोरियन ड्रामा) को देखने में भी 2020 में पिछले वर्ष के मुकाबले 370 प्रतिशत से अधिक की बढ़ोतरी दर्ज की गयी। उन्होंने यह भी बताया कि पिछले वर्ष के मुकाबले 2020 में भारत में बच्चों के टाइटिल को देखने में 100 प्रतिशत से अधिक इजाफा हुआ।

स्मार्टफोन वीडियो दर्शकसंख्या में उछाल

बोस्टन कंसल्टिंग ग्रुप (बीसीजी), एक वैश्विक प्रबंधन परामर्श कंपनी, और भारतीय उद्योग परिषद (सीआईआई) ने 'लाइट, कैमरा, एक्शन...एंड द शो गो ऑन' नामक रिपोर्ट जारी किया है जो कि मीडिया व मनोरंजन उद्योग पर इस असाधारण वर्ष के प्रभाव का





evaluate the impact of this very extraordinary year on the media and entertainment industry and highlights key imperatives for increasing the industry's resilience in the face of adversity.

According to the report, 2020 has seen a massive surge in TV and smartphone video viewership during the weeks of lockdown and beyond as people spent more time at home, and OTT witnessed its presence increase in tier 2-4 cities due to the high quality, original, and local content marketed using free trials. Covid-19 has had a major impact on how we consume content, both in-home and outside and some of these will have long-term implications for the industry.

"India continues its unique multimodal growth. TV consumption surged ~40% during lockdown due to an increase in non-prime time viewing. Smartphone video consumption is up as well, with a 50-60% increase in subscribers over last year. Going forward, we expect the digital trend to intensify, OTT adoption to continue rising, and the emergence of new business models better suited to the new reality. The share of digital in advertising will also continue to grow, having reached 15% in 2020, a full two years before its pre-Covid forecast," said Mandeep Kohli, Partner, Boston Consulting Group India. ■



मूल्यांकन करना चाहती है और प्रतिकूलता की स्थिति में उद्योग की लचीलापन बढ़ाने के लिए प्रमुख अनिवार्यता पर प्रकाश डाल रही है।

रिपोर्ट के अनुसार 2020 में सप्ताह तक चले लॉकडाउन के दौरान और उसके बाद भी जब लोगों को घरों में अधिक समय वीताना पड़ा तो टीवी व स्मार्टफोन वीडियो की दर्शक संख्या में जबरदस्त उछाल आया और ओटीटी ने उच्च गुणवत्ता, मूल व स्थानीय सामग्री के कारण टियर 2-4 शहरों में अपनी उपस्थिति में वृद्धि देखी, जिसकी मार्केटिंग, परीक्षण के लिए मुफ्त में देने के नाम पर की गयी। कोविड-19 का इस बात पर बड़ा प्रभाव पड़ा है कि हम सामग्री का उपभोग कैसे करते हैं, घर और बाहर दोनों, और इनसे कुछ का उद्योग के लिए दीर्घकालिन प्रभाव पड़ेगा।

वोस्टन कंसल्टिंग ग्रुप इंडिया के पार्टनर मनदीप कोहली ने बताया कि 'भारत अपनी अनूठी बहुउद्देशीय वृद्धि को जारी रखेगा। नॉन-प्राइमटाइम व्यूइंग में बढ़ोतरी के चलते लॉकडाउन के दौरान टीवी की खपत 40% बढ़ गयी। पिछले वर्ष की तुलना में 50-60% ग्राहकों की वृद्धि के साथ स्मार्टफोन वीडियो की खपत भी बढ़ रही है। आगे बढ़ते हुए हम उम्मीद करते हैं कि डिजिटल चलन तेज होगी, ओटीटी अपनाते का सिलसिला बढ़ता रहेगा और नये कारोवारी मॉडलों का उभरना नयी वास्तविकता के लिए बेहतर होगा। विज्ञापन में डिजिटल का हिस्सा भी बढ़ना जारी रहेगा, जो 2020 में 15% तक पहुंच गया, अपने कोविड के पहले पूर्वानुमान से दो साल पहले।' ■



INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY

... You Know What You are doing But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!



- ◆ In-depth & Unbiased Market Information
- ◆ Technology Breakthroughs
- ◆ Comprehensive Circulation Across The Satellite & Cable TV Industry

Contact: Mob.: +91-7021850198 Email: scat.sales@nm-india.com